



**PENGARUH KARAKTERISTIK SYARIAH
MARKETING TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH
MANDIRI CABANG JEMBER**

*THE INFLUENCE OF SYARIAH MARKETING CHARACTERISTICS
TO CUSTOMER SATISFACTION IN BANK SYARIAH
MANDIRI CABANG JEMBER*

SKRIPSI

Oleh:

Ifra Aldia Dolarosa

NIM. 100810201034

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**



**PENGARUH KARAKTERISTIK SYARIAH
MARKETING TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH
MANDIRI CABANG JEMBER**

*THE INFLUENCE OF SYARIAH MARKETING CHARACTERISTICS
TO CUSTOMER SATISFACTION IN BANK SYARIAH
MANDIRI CABANG JEMBER*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh:

Ifra Aldia Dolarosa

NIM. 100810201034

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER–FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Ifra Aldia Dolarosa
NIM : 100810201034
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 19 September 2014

Yang menyatakan,



Ifra Aldia Dolarosa
NIM : 100810201034

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH KARAKTERISTIK SYARIAH
MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI CABANG
JEMBER

Nama Mahasiswa : Ifra Aldia Dolarosa

NIM : 100810201034

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 19 September 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, SE., M.Si

NIP. 19591013 198802 1 001

Ana Mufidah S.E., M.M

NIP. 19800201 200501 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, SE, M.Si.

NIP.196620802 199002 1 001

PENGESAHAN

PENGARUH KARAKTERISTIK SYARIAH MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI CABANG JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Ifra Aldia Dolarosa

NIM : 100810201034

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

1 Oktober 2014

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Prof. Dr. R. Andi Sularso MSM. : (.....)
NIP. 19600413 198603 1 002

Sekretaris : Drs. Abdul Halim M.Si. : (.....)
NIP. 19501221 197801 1 001

Anggota : Tatok Endhiarto S.E, M.Si : (.....)
NIP. 19600404 198902 1 001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Pas Foto

4x6

Sesuai
ijazah

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini untuk:

1. Kedua orangtuaku Ibunda Eny Kurniawati dan Ayahanda Bambang Purnomo yang selalu tulus memberikan kasih sayang, doa, serta nasihat hingga aku menjadi seperti sekarang ini.
2. Kakakku Yoga Aldia Anggadipita yang senantiasa memberikan dukungan dan doanya.
3. Arief Hermawan yang senantiasa menemani dan memberikanku semangat.
4. Sahabat yang setia mendukung dan tak henti-hentinya mengingatkan untuk selalu fokus dan semangat dalam meraih masa depan yang lebih baik.
5. Guru-guruku terkasih dari SD hingga SMA, dan dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan curahan ilmu dan kesabarannya dalam membimbing saya selama ini.

MOTTO

"Kemenangan yang seindah-indahnya dan sesukar-sukarnya yang boleh direbut oleh manusia ialah menundukan diri sendiri"

(Ibu Kartini)

“Semua impian kita nyata jika kita berani untuk mengejarnya”

(Walt Disney)

"Semua orang tidak perlu menjadi malu karena pernah berbuat kesalahan, selama ia menjadi lebih bijaksana daripada sebelumnya"

(Alexander Pope)

"Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh."

(Confusius)

RINGKASAN

Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember; Ifra Aldia Dolarosa; 100810201034; 2014; 87 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Secara garis besar jumlah nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember mengalami peningkatan. Peningkatan ini dimungkinkan karena adanya kepuasan nasabah yang disebabkan kualitas pelayanannya yang baik, terciptanya hubungan yang harmonis antara nasabah dengan bank, kualitas produk yang dirasakan cocok dan dapat diterima baik oleh nasabah, untuk menghadapi persaingan perbankan syariah yang semakin ketat PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember harus memperhatikan tingkat kepuasan nasabahnya.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada nasabah. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh 120 responden sebagai sampel penelitian. Analisis regresi linier berganda dengan pendekatan konfirmatori digunakan sebagai metode analisis pada penelitian ini.

Hasil penelitian diperoleh bahwa Etis, Realistis, dan Humanis berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember sedangkan Teistis tidak berpengaruh signifikan. Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah variabel Humanis.

SUMMARY

The Influence of Syariah Marketing Characteristics to Customer Satisfaction, in Bank Syariah Mandiri Cabang Jember; Ifra Aldia Dolarosa; 100810201034; 2014; 87 pages; Departmen of Management Faculty of Economics Jember University.

Broadly speaking the number of customers PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember increased. This is possible because of the increase in customer satisfaction due to the good quality of its services, the creation of a harmonious relationship between the customer and the bank, perceived product quality fit and be well received by customers, to face competition increasingly fierce syariah banking PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember must pay attention to the level of satisfaction of its customers.

This research used primary data which got from the result of questionnaires distributed to customer. Sample collection method was done by using purposive sampling, so it was gained 120 respondents as the sample. Multiple regression linear analysis with confirmatory was used as the analysis method in this research.

The result of this research was gained that partially or simultaneously motivation, job training, and work discipline had the significance effect to employees performance of Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Lumajang Distric positive direction. The most dominant variable that determined the customer satisfaction is Humanis variable.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah tercurahkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jember”. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan kemampuan penulis, seperti pepatah “*tiada gading yang tak retak*”, tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini, tidak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Dr. Imam Suroso, M.Si dan Ana Mufidah S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan semangat sehingga skripsi ini mampu terselesaikan. Terimakasih atas kesabaran dan ilmu yang telah diberikan.
4. Seluruh Dosen yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan, sehingga penulis banyak memperoleh tambahan ilmu dan seluruh pimpinan dan staf administrasi yang telah banyak memberikan pelayanan dan membantu dalam proses akademik.
5. Kedua orang tuaku, kakak, dan seluruh keluarga besarku. Terimakasih telah memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan. Kalianlah sumber motivasiku sehingga skripsi dan studi ini dapat terselesaikan.
6. Arief Hermawan yang menjadi penyemangatku selama ini.

7. Teman seperjuangan Manajemen 2010 yang banyak memberikan informasi dan bantuan selama di perkuliahan.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan semangat.

Penulis menyadari keterbatasan bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik yang menyangkut aspek materi maupun teknik penulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 19 September 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Syariah Marketing	6
2.1.2 Kepuasan Konsumen	10
2.1.3 Konsep dan Model Kepuasan Konsumen.....	11
2.1.4 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	12
2.2 Pengaruh Antar Variabel	14
2.2.1 Pengaruh Teistis (<i>Rabbaniyah</i>) terhadap Kepuasan Nasabah	14
2.2.2 Pengaruh Etis (<i>akhlaqiyah</i>) terhadap kepuasan nasabah.....	15
2.2.3 Pengaruh Realistis (<i>al-waqi'iyah</i>) terhadap kepuasan nasabah	15
2.2.4 Pengaruh Humanistis (<i>Al-insaniyyah</i>) terhadap kepuasan nasabah	16

2.3 Penelitian Terdahulu	16
2.4 Kerangka Konseptual	19
2.5 Hipotesis	20
BAB 3. METODE PENELITIAN	21
3.1 Rancangan Penelitian	21
3.2 Sumber Data	21
3.3 Metode Pengumpulan Data	21
3.4 Populasi dan Sampel	22
3.4.1 Populasi	22
3.4.2 Sampel	22
3.5 Identifikasi Variabel	23
3.6 Definisi Operasional Variabel	23
3.7 Teknik Pengukuran Data	26
3.8 Uji Instrumen	26
3.8.1 Uji Validitas.....	26
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	27
3.9 Metode Analisis Data	27
3.9.1 Uji Asumsi Regresi Linier Berganda dengan Pendekatan Konfirmatori.....	27
3.9.2 <i>Confirmatory Technique</i>	29
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	34
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	36
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	37
4.1.3 Karakteristik Responden.....	38
4.1.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	41
4.1.5 Uji Instrument.....	45
4.1.6 Analisis Deskriptif Statistik.....	46
4.1.7 Uji Asumsi <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	47
4.1.8 Analisis <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	49
4.2 Pembahasan	53
4.2.1 Pengaruh Teitis Terhadap Kepuasan Pelanggan	53

4.2.2 Pengaruh Etis Terhadap Kepuasan Pelanggan	54
4.2.3 Pengaruh Realistis Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	55
4.2.2 Pengaruh Humanis Terhadap Kepuasan Pelanggan	56
4.3 Keterbatasan Penelitian	57
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	18
3.1 Uji Kesesuaian Model	32
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi/ Pekerjaan	40
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi	40
4.5 Distribusi Frekuensi Teistis (X_1)	41
4.6 Distribusi Frekuensi Etis (X_2)	42
4.7 Distribusi Frekuensi Realistis (X_3)	42
4.8 Distribusi Frekuensi Humanis (X_4)	43
4.9 Distribusi Frekuensi Kepuasan Nasabah (Y)	44
4.10. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	46
4.11 Hasil Analisis Deskriptif Statistik	47
4.12. Indeks Kesesuaian Model	50
4.13. Hasil Pengujian Kausalitas	50
4.14 Rangkuman Hasil Pengujian Regresi	52
4.13. Hasil Pengujian Kausalitas	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	11
2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	19
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	34

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	62
2. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden.....	66
3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	68
4. Uji Asumsi	75
5. Uji Kesesuaian Model.....	79
6. Uji Kausalitas	81
7. Tabel Chi-Square	84
8. Distribusi Jawaban Responden	85
9. Hasil Analisis Deskriptif Statistik.....	87